



Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:

Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.



Sin Obras Derivadas — No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.

La transformación digital en el sector bancario y la atención al cliente en épocas de pandemia

Leidy Carolina Luna Hernandez & Lina Maria Vargas Rojas
Noviembre 2020

Universidad Católica de Colombia
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Trabajo de Grado
Abstract

La revolución digital de la banca afronta un desafío, logrando transformar una cultura dominada por lo tradicional, ofreciendo nuevas tecnologías que permitan satisfacer las necesidades de sus clientes con un ecosistema digital que permita generar a través de experiencias memorables confianza, comodidad, disminución de costos y que les permitan encarar con los nuevos competidores financieros (Fintech), quienes hacen parte de la nueva etapa de esta transformacional digital.

Palabras clave- Transformación. Digital. Impacto. Cliente. Experiencia. Fintech.

Tabla de Contenido

| | |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Capítulo 1 Introducción..... | 6 |
| Capítulo 2 Transformación digital en el sector bancario en Colombia | 7 |
| Conclusiones | 13 |
| Lista de referencias | 14 |

Lista de Figuras

| | |
|-----------------------------------------------------------|---|
| Figura 1 La Aceleración a un Mundo Digital | 8 |
| Figura 2 Evolución de la Atención – El Cliente Guía | 9 |

Capítulo 1

Introducción

La transformación digital en la era de pandemia y pos – pandemia para el sector bancario, esta es la idea principal que se busca desarrollar en este ensayo; el conocimiento para profundizar en esta idea fue obtenido durante el evento del Congreso Internacional De La Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas "Cofaces" y en la investigación en diferentes bases de datos.

La ponente Maria Isabel Vega Borda con el tema “Gestión de servicio al cliente en la era pos - pandemia” durante el 3 día de congreso, expone la transformación y los avances digitales que se han dado no solo Colombia si no América Latina durante la recesión económica dada por la coyuntura de la pandemia por el COVID -19. Durante la ponencia no solo se habla de la necesidad de la transformación digital en América Latina y los pocos recursos tecnológicos con los que se cuenta, si no la necesidad de la economía de transformar la atención presencial a atención digital.

El sector bancario durante las últimas décadas ha ido innovando en la atención al cliente, permitiendo transacciones fáciles, seguras y en corto tiempo, no obstante, la situación dada durante la coyuntura de la pandemia por el COVID 19 ha permitido que el sector se adapte y busque agilizar los trámites en los accesos a los servicios prestados.

Capítulo 2

Transformación digital en el sector bancario en Colombia

La transformación digital y los cambios que ha surgido el sector bancario son los temas para desarrollar en el contenido del presente artículo; la idea surge gracias a la información obtenida en el Congreso Internacional De La Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas "Cofaces"; de este congreso el tema que generó impacto y necesidad de obtener más información a mi compañera y a mí, como se mencionó anteriormente es el tema de la transformación digital, es por ello que se quiere profundizar e indagar como el sector bancario ha venido incursionando en la transformación digital y más allá como se ha visto acelerada por la situación que atraviesa el mundo entero dada por la coyuntura del COVID - 19.

En la conferencia realizada por la ponente Maria Isabel Vega Borda con el tema “Gestión de servicio al cliente en la era pos - pandemia” expone como la tecnología mejora la experiencia del cliente, si bien la conferencista expuso el ejemplo de Amazon GO, el trasfondo es evidenciar y mostrar como la digitalización de los productos permiten a las plataformas ofrecer al cliente una mejor experiencia, por otro lado la conferencista resalta el aumento en el acceso a las plataformas digitales de las empresas MiPyme durante la pandemia, así mismo el incremento de un 85% de clientes bancarizados, y enfatiza que alrededor del 40% de esos clientes retiran el 100% de sus salarios para realizar los pagos en efectivo; todos estos avances se han generado entorno a la adaptación de los diferentes sectores de la economía al difícil momento que se ha dado entorno a la pandemia del COVID -19.



Figura 1 La Aceleración a un Mundo Digital

La transformación digital se aceleró en el 2020 en función de la necesidad de la economía de adaptarse a la situación dada por el Covid 19. En la *Figura 2* (Se simboliza como carro de mercado) se observa como la digitalización paso de ser un tema opcional a ser una necesidad en un plano temporal, y en este escenario la expositora resalta el aumento del 2% de la bancarización; aquí es importante tener en cuenta que el sector bancario durante esta pandemia implemento herramientas que mejoraran la experiencia del cliente, de esto se hablará mas adelante.



Figura 2 Evolución de la Atención – El Cliente Guía

Maria Isabel Vega durante su ponencia hace relevante el dicho “La voz cliente” por eso el título de la imagen anterior “El cliente guía”, ya que en tiempos antes de la pandemia a algunos sectores de la economía se les había olvidado quienes eran los que pagaban sus salarios, y durante el confinamiento, cuando los clientes y consumidores se encontraban alejados de los puntos físicos de ventas y durante el duro momento de la economía que la llevo a decrecer un -7,8% fue cuando la necesidad de la digitalización de las cosas tocó la puerta de sectores económicos del país. Las pequeñas y grandes empresas del país en medida de sus recursos comenzaron a realizar lo que en según el libro “Transformación digital en las empresas: consumidores y vendedores del siglo XXI: “te lo vendo o te lo cuento”” llama el efecto de la mudanza.

En los momentos de recesión económica por la coyuntura de la pandemia del COVID

-19, las tiendas de barrios, las papelerías, entre otras vieron la necesidad de manejar en sus ventas herramientas que le permitieran al usuario tener una mejor experiencia y un fácil acceso a sus productos, es allí donde plataformas como RAPPI, NEQUI, DAVIPLATA, entre otras, comenzaron a tener mas acogida entre los usuarios, aumentando el porcentaje de usuario bancarizados.

La transformación digital es sin duda uno de los grandes retos para todas las empresas, y la actual coyuntura por el COVID-19 filtro aquellas compañías que no podían ser sostenibles en el tiempo y obligo a varios sectores de la economía acelerar sus pasos en lo que muchos consideran la segunda parte de la revolución industrial, Alejandro Artopoulos de la universidad de San Andres en Buenos Aires, lo menciona en su artículo publicado en el 2017 como “la segunda etapa de la revolución industrial digital”.

Esta revolución digital incluye grandes desafíos para el sector financiero, quienes debieron acelerar los procesos que vienen desarrollando hace algunos años en un mercado competitivo que no solo incluye los negocios de bancarización, sino la entrada de nuevos competidores (Fintech) quienes le han exigido al sector mejorar drásticamente la experiencia del cliente, ofreciendo nuevos servicios tecnológicos no solo para la utilización de los productos que actualmente tienen con su banco, si no brindando nuevos servicios que le permita a los usuarios ingresar al nuevo ecosistema digital que brinda la aparición de las nuevas tecnologías.

El sector financiero ha presentado un gran cambio durante las últimas décadas, adoptando las TIC (tecnologías de la información y la comunicación), empezando en la década de los años 70 con ordenadores que permitieron la automatización de muchos procesos operativos, siguiendo en los 80 cuando los ordenadores personales se generalizaron en las redes de oficinas, siendo también la década en la cual se vio reflejado el desarrollo de los sistemas electrónicos y transacciones entre los banco privados y centrales.

En los años 90 la industria financiera se sumerge en la utilización de las nuevas aplicaciones que se derivan del internet y los teléfonos móviles, motivados en el desarrollo de

nuevos canales digitales que permitan a cliente generar experiencias memorables en cada interacción que tenga su banco.

Como menciona Alejandro Artopoulos en su artículo, desde la aparición de la revolución digital pensamos que las organizaciones entraban en la era de la información, que como decía Drucker iban a necesitar cada vez más trabajadores del conocimiento. Los que pensábamos como un nuevo estado de cosas, es la zona de permanente transformación digital. Como asegura el Sociólogo Mariano Fernández Enguita: no vamos a un nuevo equilibrio estable, sino a una era transformacional, de cambio acelerado, permanente y multidireccional (Fernández Enguita 2016).

Sin embargo, la digitalización financiera va más allá de crear nuevas aplicaciones o páginas web, se trata de una cultura digital que pretende satisfacer las necesidades de cliente y transformar los productos financieros tradicionales de la Banca en soluciones digitales, si los clientes no saben de tecnología, las entidades deben buscar la mejor estrategia de acercarlos a ella, generando empatía y confianza con los nuevos productos que se están ofreciendo. Los clientes cada vez aumentan su nivel de exigencia, desean experiencia, fácil contacto con su empresa, desean no tener contactos innecesarios, autoservicios atractivos, costos bajos y seguridad en sus transacciones, por eso el mercado financiero se enfrenta no solo a la banca tradicional si no a las compañías que están revolucionando y encarando la mejor forma de ofrecer todos estos servicios.

Lo menciona Fernando Gutierrez Junquera en el boletín de estudios económicos publicado en diciembre de 2016, existen ya las empresas, diferentes de los bancos, que están atendiendo a estas demandas. Centenares, miles de start-ups están ofreciendo productos y servicios bancarios específicos, atacando los nodos más vulnerables de la cadena de valor de los bancos. Estas compañías son muy ligeras y ágiles y están apoyadas en la tecnología más

reciente. Gracias a eso, pueden ofrecer, a un coste reducido, una mejor experiencia a sus clientes.

Las Fintech han cambiado la manera de como los clientes realizan sus transacciones (solicitud de préstamos, inversiones, pagos, ahorros), desde herramientas innovadoras que les da seguridad, comodidad y una gran experiencia. Plataformas como RAPPI, PayPal, Payu, le hacen la competencia de frente al sector financiero, Fernando Gutierrez menciona en su artículo: “el número, la variedad y el tamaño de estas compañías “fin-tech” está aumentando de forma acelerada y las estimaciones sobre su capacidad para “capturar” ingresos y beneficios de los bancos son cada vez más elevados. Por ejemplo, un informe reciente (McKinsey, 2015) pronostica que las fintech podrían restar a los bancos hasta un 60% de sus ingresos por financiación de consumo, o el 35% de los ingresos por pagos y préstamos a pequeñas y medianas empresas.

Hace cuatro años, el colombiano David Velez fundo en Brasil el banco digital “Nubank”, el cual actualmente tiene más de 4.500.000 clientes y se encuentra posicionado con el quinto mayor emisor de tarjetas de crédito en el país. En medio de la pandemia, Nubank ve oportunidades en el mercado financiero local y despliega una ambiciosa operación. Invertirá \$500.000 millones en los próximos 5 a 7 años y creará un centro de ingeniería, diseño y datos para desarrollar la nueva generación de servicios financieros.

La revista dinero menciona en su publicación del 26 de septiembre de 2018 “Colombia no se escapa” Finnovista tiene un equipo de investigación que monitorea el ecosistema ‘fintech’ de América Latina. A mayo de 2017, en un informe hecho junto al BID, fueron identificadas 703 ‘startups’ que ofrecen servicios financieros en América Latina y el Caribe.

Mientras tanto, su más reciente reporte sobre Colombia fue publicado en agosto de

2017, identificando 124 emprendimientos 'fintech' en el país.

El nuevo ecosistema digital financiero está conformado por la banca tradicional la nueva revolución llamada Fintech, pero Fernando Gutierrez menciona que un futuro no muy lejano las grandes compañías digitales como Facebook, Apple, Google, Amazon estarán incluidas en este ecosistema.

Y la pregunta es ¿existirán oficinas físicas?, debido a la pandemia el desarrollo y la implementación de plataformas y productos digitales se ha acelerado, mientras que las transacciones en puntos físicos presentaron disminución, durante el segundo trimestre del año las transacciones virtuales presentaron una participación del 56% y en el tercer trimestre aumento al 71%. A pesar de que las transacciones digitales han presentado un alto crecimiento, la banca sabe que aún habrá clientes que desconfían de los canales tecnológicos y que prefieren lo tradicional por lo que no existirá una migración en un corto plazo a mundo digital, lo que generará que aún no desaparezcan algunas oficinas físicas.

Es claro que la banca le apuesta a un ambicioso ecosistema tecnológico y no quiere dejarse arrastrar por el ritmo acelerado que lleva la transformación digital, en un sector potencializado de negocios y sensible a la experiencia del cliente.

Conclusiones

La digitalización está cambiando la forma de relacionarnos, generando oportunidades de educación financiera para los clientes donde las instituciones financieras tienen el reto de apoyarlos en hacer una gestión eficiente de sus finanzas.

La experiencia del cliente respecto a la transformación digital deberá seguir generando relaciones positivas, confiables, auto gestionables y efectivas.

La transformación digital de la banca no solo implica tener nuevos modelos digitales o nuevas tecnologías, representa una nueva cultura en la industria que permita llegar a los clientes actuales y futuros de una manera más ágil, eficiente y oportuna, llegando a superar los niveles de expectativas del cliente, los cuales exigen cada vez mejores y más eficientes formas de relacionarse.

Las Fintech han tomado un papel relevante en la economía actual y han revolucionado el actual sistema financiero, originadas en un entorno totalmente digital, tomando gran ventaja en la banca actual y convirtiéndose en su principal competencia.

Lista de referencias

- Fernando Pinto Palacios (2017), La prueba en la era digital, disponible en la URL: <https://elibro-net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/ereader/ucatolica/55973?page=21>
- Alejandro Artopoulos (2017), Cultura Transdigital: Cultura Digital en tiempos de la Transformación Digital, disponible en URL: <https://www-metarevistas-com.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/flip/index.php?pdf=http://portalrevisciencia.uai.edu.ar/ojs/index.php/RAIA/article/download/120/126>
- Easy Pay, seguridad y confiabilidad en la banca digital; disponible en URL: https://www-metarevistascom.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/flip/index.php?pdf=http://editorial.ucen-tral.edu.co/ojs_uc/index.php/nexos/article/download/1729/1077
- Fernando Gutierrez Junquera (2016), la transformación digital de la Banca ¿hacia la banca sin bancos?, disponible en URL: <https://search-proquest-com.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/docview/1864119546/fulltextPDF/D43A431B3353478APQ/1?accountid=45660>

- Joaquin Castillo, Maria de las Olas Palmas, Luis Gomez Jacinto (2017), abordando el reto de la transformación digital desde el trabajo social, disponible en URL:

<file:///C:/Users/LCLuna/Downloads/Dialnet-AbordandoElRetoDeLaTransformacionDigitalDesdeElTra-7190580.pdf>

- Carlos Tordesillas Cobos (2018), El impacto de la revolución digital en la interrelación entre instituciones financieras y sus clientes, disponible en URL:

<https://www.metarevistas.com.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/flip/index.php?pdf=https://revistas.comillas.edu/index.php/revistaicade/article/download/11180/10598>

- Raquel Arguedas, Angela Sanchez, Rodrigo Martin (2019), La transformación digital en el sector financiero, disponible en URL: [https://elibro-](https://elibro-net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/ereader/ucatolica/113347?fs_q=transformaci%C3%B3n_digital&prev=fs&page=11)

[net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/ereader/ucatolica/113347?fs_q=transformaci%C3%B3n_digital&prev=fs&page=11](https://elibro-net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/ereader/ucatolica/113347?fs_q=transformaci%C3%B3n_digital&prev=fs&page=11)

- Pinto Valero Silvia, Fernando Arnaiz Ramo (2020), transformación digital en las empresas consumidores y vendedores del siglo XXI “Te lo vendo o te le cuento”,

disponible en URL: [https://elibro-](https://elibro-net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/ereader/ucatolica/128997?fs_q=transformaci%C3%B3n_digital&prev=fs&fs_page=3&page=3)
[net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/ereader/ucatolica/128997?fs_q=transformaci%C3%B3n_digital&prev=fs&fs_page=3&page=3](https://elibro-net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/ereader/ucatolica/128997?fs_q=transformaci%C3%B3n_digital&prev=fs&fs_page=3&page=3)

- Jaffe, David - Price, Bill (2015); ¡Tu cliente manda!, disponible en URL: [https://elibro-](https://elibro-net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucatolica/titulos/114221?fs_q=experiencia_del_cliente&prev=fs)
[net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucatolica/titulos/114221?fs_q=experiencia_del_cliente&prev=fs](https://elibro-net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucatolica/titulos/114221?fs_q=experiencia_del_cliente&prev=fs)

- Antonio Hidalgo Nuchera - Julián Pavón Moroteb (2002); La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones; disponible en URL:

[https://elibro-](https://elibro-net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucatolica/titulos/49068?fs_q=tecnolog%C3%ADa_de_la_innovaci%C3%B3n&prev=fs)
[net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucatolica/titulos/49068?fs_q=tecnolog%C3%ADa_de_la_innovaci%C3%B3n&prev=fs](https://elibro-net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucatolica/titulos/49068?fs_q=tecnolog%C3%ADa_de_la_innovaci%C3%B3n&prev=fs)

- Andrew Brown (1992); Gestión de la atención al cliente, disponible en URL: [https://elibro-](https://elibro-net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucatolica/titulos/49068?fs_q=tecnolog%C3%ADa_de_la_innovaci%C3%B3n&prev=fs)
[net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucatolica/titulos/49068?fs_q=tecnolog%C3%ADa_de_la_innovaci%C3%B3n&prev=fs](https://elibro-net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucatolica/titulos/49068?fs_q=tecnolog%C3%ADa_de_la_innovaci%C3%B3n&prev=fs)

net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucatolica/titulos/52850?fs_q=CLIE NTE&prev=fs

- Barrio Andrés, Moisés (2018); Internet de las cosas , disponible en URL: [https://elibro-net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucatolica/titulos/121519?fs_q=INTERNET DE LAS COSAS&prev=fs](https://elibro-net.ucatolica.basesdedatosezproxy.com/es/lc/ucatolica/titulos/121519?fs_q=INTERNET_DE_LAS_COSAS&prev=fs)
- Fintech: la inesperada revolución que encara el sector financiero, recuperado de <https://www.dinero.com/economia/articulo/reportaje-explica-las-fintech-en-colombia-yamerica-latina/262418>
- ¿La revolución digital le llegó a la banca colombiana?, recuperado de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/transformacion-digital-en-la-banca-colombiana/266399>